Die Macht der Rhetorik von Roman Braun

VISIT...

LANZAROTE Caliente.COM

Die Macht der Rhetorik

Besser reden - mehr erreichen
Von Roman Braun



Buch (Komplettfassung)

Worum geht's

Die Kunst, gute und überzeugende Reden halten zu können, beschäftigte schon die alten Griechen vor über 2.000 Jahren: Der Begriff der Rhetorik wurde von keinem Geringeren als Aristoteles geprägt. Die Macht der Rhetorik ergänzt zeitlose Weisheiten über die Redekunst um aktuelle Erkenntnisse und Einsichten. Gespickt mit prägnanten Beispielen bieten die Blinks praktische Tipps für jeden Arbeitsschritt von der Planung und Vorbereitung über die Ankündigung des Vortrags bis zur konkreten Durchführung.

Wer diese Blinks lesen sollte

Jeder, der öfter vor anderen Menschen sprechen muss
Jeder, der die feinen Zwischentöne der Kommunikation bedienen möchte
Jeder, der einer anderen Person unangenehme Nachrichten überbringen muss

Wer das Buch geschrieben hat

Roman Braun studierte Psychologie, Pädagogik und Philosophie und ist heute international anerkannter NLP Experte. Als Mental-Coach und Rhetoriktrainer betreut er namhafte Kunden aus Sport und Wirtschaft wie IBM und Philips.

Was drin ist für dich: Die richtigen Worte gekonnt rüberbringen und dein Publikum überzeugen.

Soft Skills sind heute gefragter denn je. Egal ob Dialog, Gruppendiskussion oder Powerpoint-Präsentation: Rhetorische Fähigkeiten sind beruflich wie privat extrem nützlich. Wer im richtigen Moment die richtigen Worte zu wählen weiß und unaufdringlich argumentieren kann, findet öfter Gehör und Anerkennung für sein Charisma. Die folgenden Blinks liefern dir das Handwerkszeug für eine erfolgreiche und zielführende Kommunikation.

In diesen Blinks erfährst du außerdem,

warum du dich niemals für einen Vortrag entschuldigen solltest,
wie du deine Argumente zu scheinbar unangreifbaren Grundsätzen ausformulierst, und
was Redner mit Mentoren, Musen und Machern zu tun haben.
Nächstes Kapitel

Werde dir deiner Rolle als Redner klar: Mentor, Muse oder Macher.

Aristoteles unterschied zwischen drei grundlegenden Typen von Rednern, die man als Mentor, Muse und Macher beschreiben könnte. In Die Macht der Rhetorik wird das aristotelische Modell auf moderne Redeanlässe übertragen und pro Rede mit maximal drei bestimmten rhetorischen Absichten verknüpft, die Rolle und Auftreten des Redners entscheidend beeinflussen.

Die Macht der Rhetorik

Besser reden - mehr erreichen

Von Roman Braun



Buch (Komplettfassung)

Worum geht's

Die Kunst, gute und überzeugende Reden halten zu können, beschäftigte schon die alten Griechen vor über 2.000 Jahren: Der Begriff der Rhetorik wurde von keinem Geringeren als Aristoteles geprägt. Die Macht der Rhetorik ergänzt zeitlose Weisheiten über die Redekunst um aktuelle Erkenntnisse und Einsichten. Gespickt mit prägnanten Beispielen bieten die Blinks praktische Tipps für jeden Arbeitsschritt von der Planung und Vorbereitung über die Ankündigung des Vortrags bis zur konkreten Durchführung.

Wer diese Blinks lesen sollte

Jeder, der öfter vor anderen Menschen sprechen muss

Jeder, der die feinen Zwischentöne der Kommunikation bedienen möchte

Jeder, der einer anderen Person unangenehme Nachrichten überbringen muss

Wer das Buch geschrieben hat

Roman Braun studierte Psychologie, Pädagogik und Philosophie und ist heute international anerkannter NLP-Experte. Als Mental-Coach und Rhetoriktrainer betreut er namhafte Kunden aus Sport und Wirtschaft wie IBM und Philips.

Was drin ist für dich: Die richtigen Worte gekonnt rüberbringen und dein Publikum überzeugen.

Soft Skills sind heute gefragter denn je. Egal ob Dialog, Gruppendiskussion oder Powerpoint-Präsentation: Rhetorische Fähigkeiten sind beruflich wie privat extrem nützlich. Wer im richtigen Moment die richtigen Worte zu wählen weiß und unaufdringlich argumentieren kann, findet öfter Gehör und Anerkennung für sein Charisma. Die folgenden Blinks liefern dir das Handwerkszeug für eine erfolgreiche und zielführende Kommunikation.

In diesen Blinks erfährst du außerdem,

warum du dich niemals für einen Vortrag entschuldigen solltest,

wie du deine Argumente zu scheinbar unangreifbaren Grundsätzen ausformulierst, und

was Redner mit Mentoren, Musen und Machern zu tun haben.

Nächstes Kapitel

Werde dir deiner Rolle als Redner klar: Mentor, Muse oder Macher.

Aristoteles unterschied zwischen drei grundlegenden Typen von Rednern, die man als Mentor, Muse und Macher beschreiben könnte. In Die Macht der Rhetorik wird das aristotelische Modell auf moderne Redeanlässe übertragen und pro Rede mit maximal drei bestimmten rhetorischen Absichten verknüpft, die Rolle und Auftreten des Redners entscheidend beeinflussen.

Bei einer Beratungsrede versteht sich der Redner als Mentor, der seinen Zuhörern zustimmt, sie berät und ermutigt. Eines der berühmtesten Beispiele ist Kennedys Rede an der Berliner Mauer, in der er die Westberliner zum bestmöglichen Umgang mit ihrer besonderen politischen Situation beriet und zum Durchhalten ermutigte.

Bei einer Festrede tritt der Redner als Muse auf, die ihre Zuhörer inspirieren, unterhalten und emotional berühren möchte. Martin Luther King z.B. inspirierte die Menschen mit seiner leidenschaftlichen „I have a dream"-Rede dazu, über die etablierten Rassengrenzen hinauszudenken, und berührte sie mit persönlichen Einblicken in die Gefühlswelt seiner Familie.

Beim dritten Typ, der Gerichtsrede, versteht sich der Redner als Macher, der etwas kundtut, dabei aber auch motiviert und überzeugt. Er beschränkt sich nicht auf die bloße Übermittlung der Information, sondern erläutert, wie sie verstanden werden soll und welche konkreten Konsequenzen abgeleitet werden sollen. Abraham Lincoln

z.B. hielt seine berühmte Gettysburg-Ansprache anlässlich der Einweihung eines Friedhofs, rief aber gleichzeitig zur notfalls gewaltsamen Abschaffung der Sklaverei auf.
Was du aus diesen Beispielen lernen kannst? Mach dir je nach Anlass deiner Rede vorher klar, was du mit deinen Worten bewirken möchtest und konzentriere dich bei der Ausarbeitung auf höchstens drei Absichten. Du kannst natürlich Absichten aus unterschiedlichen Redetypen mischen, aber wenn du mehr als drei kommunikative Ziele verfolgst, läufst du Gefahr, keines richtig zu erreichen.
Je klarer dir der Sinn deiner Rede ist, desto besser kannst du sie für dich und deine Zuhörer planen.
Wie aber planst du deine Rede jetzt am besten? Mit diesen drei Tipps erstellst du im Handumdrehen ein solides Grundgerüst für eine gute Rede.
Der Erfolg deiner Rede hängt untrennbar damit zusammen, wie sehr dein Publikum von ihr profitiert. Überlege dir vorher, was deine Zuhörer aus deinem Vortrag mitnehmen sollen, und berücksichtige, wer sie sind und was sie erwarten. Wenn du deine Rede z.B. auf Anweisung deines Chefs in einem Seminar hältst, sollten Motivation und Überzeugung auf jeden Fall zu deinen zentralen Absichten gehören. Ein Publikum hingegen, das für deinen Auftritt Eintritt bezahlt, braucht nicht mehr motiviert zu werden.
Fasse die Ziele deiner Rede in einer knackigen Kernaussage zusammen und richte alles in deinem Vortrag darauf aus. Je prägnanter und klarer du deine wesentliche Botschaft formulieren kannst, desto besser. Wenn du z.B. alle Argumente und Fakten darauf ausgerichtet hast, deinem Publikum die Bedeutung klarer Kommunikation zu vermitteln, könnte der Satz lauten: „Der beste Weg zu mehr Lebensqualität führt über eine Verbesserung der Kommunikation.“ Achte darauf, dass dein Ziel realistisch ist, denn nichts ist demotivierender als unerreichbare Ziele.
Wenn du dann noch Anfang und Ende deiner Rede zuerst planst, bist du von Beginn an auf dem richtigen Weg. Da das Ende deiner Rede deinen Zuhörern am besten im Gedächtnis bleiben wird, zahlt sich besondere Sorgfalt hier aus. Ähnlich wichtig ist der Anfang, der den ersten Eindruck vermittelt und dir im Idealfall die Aufmerksamkeit der Leute sichert.
Falls dein Vortrag angekündigt wird, koordiniere dich mit dem Veranstalter oder schreibe deine Ankündigung gleich selbst. Viele Organisatoren sind chronisch in Zeitnot und verwenden auf diesen für dich so wichtigen Teil oft nur sehr wenig Zeit.
Baue Glaubwürdigkeit auf und werde ihr gerecht.
Warum glauben wir manchen Personen, wenn sie reden, und anderen nicht? Nach Aristoteles gibt es vor allem zwei Eigenschaften, die unser

Vertrauen zu einem Redner bedingen: Sachverstand und Aufrichtigkeit.
Überzeuge deine Zuhörer also am besten gleich zu Beginn deines Vortrags davon, dass du qualifiziert bist, indem du Nachweise für deine Kompetenz lieferst. Das Publikum hört lieber einem Experten zu, als jemanden als Instanz anzuerkennen, der sich spaßeshalber einmal nebenher mit einem Thema befasst hat. Erwähne z.B. deine Ausbildung oder bisherige Erfahrungen als Redner, verweise auf deine Empfehlung durch andere Experten, namhafte Kooperationen oder andere relevante Referenzen.
Ein typischer Fehler unter Rhetorik-Anfängern besteht darin, sich für etwas zu entschuldigen, à la „Bitte entschuldigen Sie die Qualität meiner Folien“. Damit bringst du dich vorab in Misskredit und forderst deine Zuhörer auf, dir Absolution für die minderwertige Qualität des bevorstehenden Vortrags zu erteilen. Schlimmer für deine Glaubwürdigkeit wird es nur noch, wenn du das Verständnis des Publikums beiläufig einforderst.
Du musst nämlich nicht vollkommen sein, sondern ehrlich: Aufrichtigkeit ist nach der Kompetenz das zweite Fundament der Glaubwürdigkeit. Die Gegenprobe aufs Exempel ist das Beispiel eines Abteilungsleiters, der offene, dringende Konflikte nicht anspricht. Das verstärkt die Unruhe, denn der Morast verschleierter und fehlender Informationen ist der perfekte Nährboden für Gerüchte. Legt ein Vorgesetzter hingegen alle Karten offen auf den Tisch, wird ihm garantiert jeder zuhören und Glauben schenken.
Denke immer daran, dass Reputationen einen unheimlichen Dominoeffekt entwickeln können: Es dauert lange, die Steine guter Arbeit zu einem respektablen Ruf zusammenzusetzen, aber wenn einer der Steine erschüttert wird, fallen schnell auch alle anderen.
Nachdem du deine Glaubwürdigkeit aufgebaut hast, musst du sie nun nutzen, um deine Zuhörer zu überzeugen.

Überzeuge dein Publikum mit einer Mischung aus logischen und emotionalen Argumenten.

Glaubwürdigkeit ist wichtig, damit dir deine Zuhörer wohlgesonnen ihre Aufmerksamkeit schenken. Für die konkrete Überzeugungsarbeit brauchst du allerdings gute Argumente – und zwar zweierlei Art.
Untermauere deine Aussagen zunächst mit sachlichen Argumenten und glaubwürdigen Quellen. Klare und nachvollziehbare Schlussfolgerungen bilden das Grundgerüst für die Verwendung aller weiteren rhetorischen Mittel. Arbeite z.B. mit logischen Schlüssen – Aristoteles nannte sie Syllogismen –, bei denen aus zwei Feststellungen eine dritte schlussfolgert: 1) Rechtecke haben vier Ecken. 2) Unsere Tischtennisplatte ist ein Rechteck. 3) Tischtennisplatten haben vier Ecken.

Dabei sind alle Schlüsse nur so glaubhaft wie die Quellen, mit denen du sie belegst. Verwende also am besten Expertenzitate, Statistiken, Referenzen oder Forschungsergebnisse, um deine Argumentation wasserdicht zu machen.
Anschließend kannst du die Energie negativer und positiver Emotionen freisetzen, denn die Macht der Gefühle motiviert Menschen, das Äußerste zu tun. Dabei gibt es zwei Gefühlsregungen, die sich besonders zur argumentativen Verstärkung eignen: Aversion (Abwendung) und Appetenz (Zuwendung).
Im Fall von Aversion erzeugst du zunächst mit einer Anekdote oder Fakten negative Gefühle beim Publikum, um es dann mit einer gangbaren Lösung für die Zukunft zu überzeugen. Der Vorsitzende eines Fußballvereins beklagt z.B. die sinkenden Mitgliederzahlen und verknüpft den Verweis auf die fehlende Medienpräsenz des Klubs dann geschickt mit dem Vorschlag einer verstärkten Zusammenarbeit mit Journalisten.
Im Umkehrschluss lassen sich auch durch die positive Verheißung des Guten überzeugende Gefühlsargumente aufbauen. Appelliere an die Appetenz deiner Zuhörer, indem du z.B. eindeutig positive Beispiele für das anführst, was du kurz darauf beschreiben wirst. Noch stärker wird die Wirkung deiner emotionalen Argumentation, wenn du mit der Aversion beginnst und dann bewusst die Appetenz einsetzt.
Rhetorische Figuren und eine lebendige Sprache geben deiner Rede den letzten Schliff und machen den Unterschied.
John F. Kennedys Ruf als einer der begabtesten Redner seiner Zeit ist kein Zufall – der charismatische Präsident verwendete außerordentlich viel Zeit auf den Feinschliff seiner Redetexte. Auch du kannst deinen rhetorischen Rohdiamanten mit ein paar geschickten Handgriffen zum Funkeln bringen.
Ein einfaches, effektives Stilmittel besteht darin, aufeinanderfolgende Wörter mit demselben Buchstaben anfangen zu lassen. Solche Alliterationen sind so etwas wie rhetorische Zauberformeln, die uns als Leser unbewusst ansprechen, Freude bereiten und im Gedächtnis bleiben. In diesem Sinne: Manager müssen Mitarbeitern Mut machen!
Bei einem Kyklos beendest du einen Satz so, wie du ihn begonnen hast: Treue Angestellte wissen: „Erfolgreiche Manager sind angewiesen auf treue Angestellte." Das gibt dem Leser das Gefühl, als würde ein argumentativer Kreis geschlossen. Dieser Einrahmungseffekt eignet sich besonders, um Aussagen logisch und solide durchdacht klingen zu lassen oder fundamentale Grundsätze darzustellen.
Obendrauf gilt: Je mehr Sinnesorgane du mit deinem Vortrag ansprichst, desto abwechslungsreicher, greifbarer und packender wirkt er. Nutze dafür Flipcharts, Folien, Filmclips und Handouts – oder eben

Wörter, die sich auf andere Sinne beziehen. Allein das akustische Signal eines sinnbezogenen Wortes reicht nämlich, um die für den jeweiligen Sinn verantwortlichen Hirnareale zu aktivieren. Statt z.B. zu sagen: „Das bringt für Sie die folgenden Vorteile mit sich…“, sagst du beim nächsten Mal: „Wie klingen diese Vorteile für Sie?“, „Werfen wir doch einmal einen Blick auf die Vorteile!“ oder „Lassen Sie sich Folgendes auf der Zunge zergehen!“ Mit solchen rhetorischen Stilmitteln sorgst du dafür, dass sich dein Publikum auf so vielen Wahrnehmungsebenen wie möglich angesprochen fühlt.

Zusammenfassung

Die Kernaussage dieses Buches ist:

Ausdrucksstarke Ansprachen und faszinierende Vorträge sind kein Zufallsprodukt und selbst die Meister der Rhetorik sind nicht vom Himmel gefallen. Von der Vorbereitung über das Verfassen bis zur Durchführung gibt es konkrete Tricks und Techniken, mit denen du dein Publikum überzeugst und begeisterst.

Was du konkret umsetzen kannst:

Trainiere Klarheit und Präzision beim Sprechen.

Dein fertiger Redetext ist nur die halbe Miete, denn deine Performance ist mindestens genauso wichtig. Mit der folgenden Übung sorgst du sowohl langfristig als auch unmittelbar vor einer Rede für eine glasklare Aussprache: Klemme deine Zungenspitze zwischen deinen Schneidezähnen ein und zähle von 0-50. Beiße anschließend auf deinen zusammengerollten Zeige- und Mittelfinger und zähle weiter von 51-100. Beide „Trainingsbisse“ sorgen dafür, dass du die Muskeln in und um den Mund stärker beanspruchst als sonst. Du wirst merken, dass du danach spürbar deutlicher sprichst.

Buch im Amazon Shop